

**KARAKTERISTIK BAHASA IKLAN KAMPANYE PARTAI GERINDRA
TAHUN 2011/2012 DALAM KAJIAN PRAGMATIK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna mencapai derajat

Sarjana S-1

Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah



RIZKA IMATULLOH MUNTAHA

A 310090269

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

LEMBAR PERSETUJUAN

**KARAKTERISTIK BAHASA IKLAN KAMPANYE PARTAI GERINDRA
TAHUN 2011/2012 DALAM KAJIAN PRAGMATIK**

Diajukan

RIZKA IMATULLOH M

A310090269

Telah Disetujui untuk Disahkan dan Dipertahankan
di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Mengetahui,

Pembimbing I,



Drs. Andi Haris Prabawa, M. Hum.

Tanggal : 22/03/2013

PENGESAHAN SKRIPSI

KARAKTERISTIK BAHASA IKLAN KAMPANYE PARTAI GERINDRA TAHUN 2011/2012 DALAM KAJIAN PRAGMATIK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

RIZKA IMATULLOH MUNTAHA

A310090269

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 28 Maret 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

1. Drs. Andi Haris Prabowo, M.Hum.
2. Dra. Hj. Atiqa Sabardilla, M.Hum.
3. Prof. Dr. Hj. Markhamah, M.Hum.



Surakarta, 28 Maret 2013

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Drs. H. Sofyan Anif, M.Si.

NIK. 547

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 28 Maret 2013

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rizka Imatulloh M', written in a cursive style.

Rizka Imatulloh M

MOTTO

1. “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. (Q.S. Al-Insyirah: 6)
2. “Orang tuamu adalah orang yang menyelamatkanmu dari api dunia, sedangkan gurumu adalah orang yang menyelamatkanmu dari api neraka. Orang tuamu adalah orang yang mengenyangkan perutmu, sedangkan gurumu adalah orang yang mengenyangkan jiwamu”. (Imam Al-Ghazali).
3. “Sesungguhnya orang yang paling mulia pada sisi Allah, ialah orang yang paling taqwa”. (Q.S. Al-Hujarat (49) : 13).
4. “Dengan segala kemampuan dan hati yang ikhlas, maka segalanya akan terasa lebih mudah. (Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah skripsi sederhana ini penulis persembahkan kepada semua pihak yang telah membantu.

1. Bapak Moh Munhamir dan Ibu Uswatun Hasanah tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, perhatian, bimbingan dan pengorbanannya selama ini yang tidak tergantikan.
2. Keluarga besarku, terutama nenekku tercinta terima kasih atas dorongan dan doanya.
3. Adik tercintaku Afif Bahtiar Efendy terima kasih telah memberikan semangat dan kasih sayang selama ini.
4. Seseorang yang selalu dihati yang memberikan cinta, kasih sayang setiap waktu serta mendoakan, memotivasi, dan selalu berbagi kesenangan dan kesedihannya.
5. Teman- teman kos Wisma Kartini yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih buat semuanya, canda tawa dan kebersamaan selama ini hidupku bahagia.
6. Nina dan wulan yang selalu membantu dan menemaniku, serta teman-teman FKIP PBSID angkatan 2009 khususnya kelas E, semoga pertemanan kita tetap terjaga.
7. Almamaterku

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr.wb.

Puji syukur *Alhamdulillahirobbil'alamin*, penulis ucapkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan berkat, rahmat, nikmat, dan inayah-Nya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Karakteristik Bahasa Iklan Kampanye Partai Gerindra Tahun 2011/2012 Dalam kajian Pragmatik. Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan, bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.


1. Drs. H. Sofyan Anif, M.Si, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Drs. Agus Budi Wahyudi, M.Hum. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan arahan kepada penulis.
3. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, bimbingan, petunjuk, dan pengarahan sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dewan penguji yang telah memberikan kritik serta saran sehingga karya tulis ini dapat menjadi lebih baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen FKIP PBSID Universitas Muhammadiyah Surakarta terima kasih untuk materi perkuliahan yang telah diberikan kepada penulis.

6. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha dan segenap jajaran di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum wr.wb.

Surakarta, 28 Maret 2013



Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| ABSTRAK | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Pembatasan Masalah..... | 5 |
| C. Rumusan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Penelitian | 6 |
| E. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 8 |
| A. Kajian Teori..... | 8 |
| 1. Teori Pragmatik | 8 |
| a) Hakikat Pragmatik..... | 8 |
| b) Lingkup Kajian Pragmatik..... | 9 |

| | |
|--|----|
| 2. Karakteristik Bahasa..... | 15 |
| 3. Wujud Bahasa Iklan..... | 17 |
| B. Kajian Penelitian yang Relevan | 20 |
| C. Kerangka Pemikiran | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| A. Jenis Penelitian | 31 |
| B. Objek Penelitian | 31 |
| C. Data dan Sumber Data | 31 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| E. Keabsahan Data | 32 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 33 |
| G. Prosedur Penilaian | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 36 |
| A. Deskripsi Data Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 36 |
| B. Temuan Studi yang Dihubungkan dengan Kajian Teori | 38 |
| BAB V PENUTUP | 71 |
| A. Simpulan | 71 |
| B. Saran | 72 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

KARAKTERISTIK BAHASA IKLAN KAMPANYE PARTAI GERINDRA TAHUN 2011/2012 DALAM KAJIAN PRAGMATIK

**Rizka Imatulloh Muntaha, A310090269, Jurusan Pendidikan Bahasa Sastra
Indonesia dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) karakteristik wujud bahasa iklan kampanye pada Partai Gerindra Tahun 2011/2012 dalam kajian pragmatik; (2) faktor-faktor yang mempengaruhi bahasa iklan kampanye pada Partai Gerindra Tahun 2011/2012.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Objek dalam penelitian ini yaitu slogan- slogan kampanye Partai Gerindra yang ada pada pinggir jalan, iklan di televisi dan internet ataupun youtube tahun 2011/2012. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak dan teknik dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode agih yaitu metode yang kerjanya dengan cara membagi satuan lingual yang datanya menjadi beberapa bagian, bagian yang bersangkutan dipandang sebagai bagian yang langsung membentuk satuan lingual yang dimaksud.

Pada penelitian ini terdapat 43 data yang diperoleh, dari 43 data tuturan kampanye Partai Gerindra pada tahun 2011/2012 yaitu a. wujud bahasa iklan berupa kalimat berita atau deklaratif terdapat 23 data, b. wujud bahasa iklan berupa kalimat tanya atau interogatif terdapat 3 data dan c. wujud bahasa iklan berupa kalimat imperatif atau perintah terdapat 17 data yang terbagi menjadi 4 macam yaitu a) wujud imperatif yang berupa perintah yang terdapat 4 data, b) wujud imperatif yang berupa ajakan yang terdapat 9 data, c) wujud imperatif yang berupa harapan yang terdapat 1 data dan d) imperatif yang berupa larangan yang terdapat 3 data. Dan faktor yang mempengaruhi bahasa iklan kampanye partai gerindra terdapat empat faktor yaitu a) faktor budaya yang terdapat 2 data, b) faktor sosial yang terdapat 4 data, c) faktor agama terdapat 2 data dan d) faktor politik terdapat 3 data.

Kata Kunci : Bahasa, Iklan Kampanye, Pragmatik.